



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHUUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan suatu negara kepulauan terbesar di dunia, dengan memiliki 17.504 pulau dan dengan luas wilayah 1.913.578,68 km<sup>2</sup> (Badan Pusat Statistik, 2017). Berdasarkan sumber yang sama, Indonesia juga merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-empat di dunia di bawah Republik Rakyat Tiongkok, India dan Amerika Serikat dengan total penduduk kurang lebih mencapai 261.890.900 jiwa. Kondisi geografis tersebutlah yang mempengaruhi pertumbuhan perekonomian di Indonesia dan juga di dorong dengan pembangunan infrastruktur yang cukup pesat membuat pemerataan ekonomi di Indonesia semakin membaik. Hal ini lah yang membuka peluang untuk berbagai industri selalu berkembang dan tumbuh.

Industri yang ada kini mulai mengembangkan dirinya dan mengikutsertakan teknologi sebagai motor utama bisnisnya dan menuju era digitalisasi, hal tersebut ditandai dengan adanya revolusi industri 4.0. Airlangga Hartarto selaku Menteri Perindustrian Republik Indonesia dalam kemenperin.go.id (2019) mengatakan revolusi industri 4.0 berpotensi mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, seperti munculnya transportasi *online* dengan sistem *ride sharing* Go-Jek dan Grab. Kehadiran revolusi industri 4.0 sendiri menghadirkan usaha baru, lapangan kerja baru, dan profesi baru. Kementerian Perindustrian juga menetapkan 5 sektor industri prioritas untuk menuju industri 4.0 yang dinilai memberikan kontribusi

terbesar terhadap PDB pada tahun 2017 hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1 di bawah



**Gambar 1. 1 Industri 4.0 dan Sektor Prioritas 2019**

Sumber : Kominfo.go.id 2019

Beriringan dengan revolusi industri 4.0, teknologi di Indonesia juga berkembang dengan sangat pesat guna mendukung perkembangan sektor industri, hal ini dapat di lihat dari data yang di keluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan indeks pembangunan teknologi, informasi, dan komunikasi pada tahun 2017 sebesar 4,99 dari skala 1-10, angka tersebut lebih tinggi dibandingkan

dengan tahun-tahun sebelumnya yang pada 2016 sebesar 4,34 dan pada tahun 2015 sebesar 3,88. (CNN Indonesia, 2017).

Pertumbuhan teknologi di Indonesia juga di dukung baik dengan pertumbuhan tingkat pengguna internet di Indonesia.



**Gambar 1. 2 Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2018**

Sumber : apjii.or.id 2018

Berdasarkan gambar 1.2 di atas, Henri Kasyfi selaku sekjen Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dikutip dalam berita Kompas mengatakan, jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12% (Kompas.com, 2019). Berdasarkan sumber yang sama dari total populasi masyarakat Indonesia sebesar 264 juta jiwa, terdapat sebanyak 171,17 juta jiwa atau sebesar 64,8% yang telah terhubung ke internet. Angka tersebut meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya dimana penetrasi pengguna internet sebesar 54,86%. Hal tersebut menandakan perkembangan teknologi, komunikasi,

informasi maupun internet disambut baik, dan masyarakat mulai mengadopsi teknologi baru dalam kebutuhan hidupnya sehari-hari.



**Gambar 1. 3 Kontribusi Pengguna Internet per Wilayah Tahun 2018**

Sumber : apjii.or.id 2018

APJII dalam gambar diatas juga menyatakan kontribusi pengguna internet paling besar di Indonesia terdapat pada pulau Jawa, yang menyatakan kontribusi pengguna internet di pulau Jawa sebesar 55,7%, sedangkan di pulau Sumatera sebesar 21,6%, pulau Kalimantan 6,8%, Bali dan Nusa Tenggara 5,2%, dan pulau Sulawesi, Maluku dan Papua sebesar 10,9%. Dapat kita simpulkan peranan masyarakat yang berada di pulau Jawa, yang merupakan tempat dari kota-kota besar di Indonesia turut berperan aktif dalam menyikapi perkembangan teknologi dan internet yang dapat ditunjukkan pada gambar 1.3 diatas.

Pemerataan perkembangan teknologi maupun internet sudah semakin membaik keseluruhan penjuru Indonesia, baik masyarakat yang tinggal di urban maupun rural. Berdasarkan data pengguna internet, masyarakat lebih banyak yang

menggunakan internet dibandingkan dengan yang tidak menggunakan internet baik di kota maupun di desa. Hal tersebut menandakan baik di kota maupun di desa masyarakat telah mulai menggunakan internet baik untuk tujuan transaksi, mencari informasi, ataupun hal lainnya. Dapat ditunjukkan pada gambar 1.4 dibawah

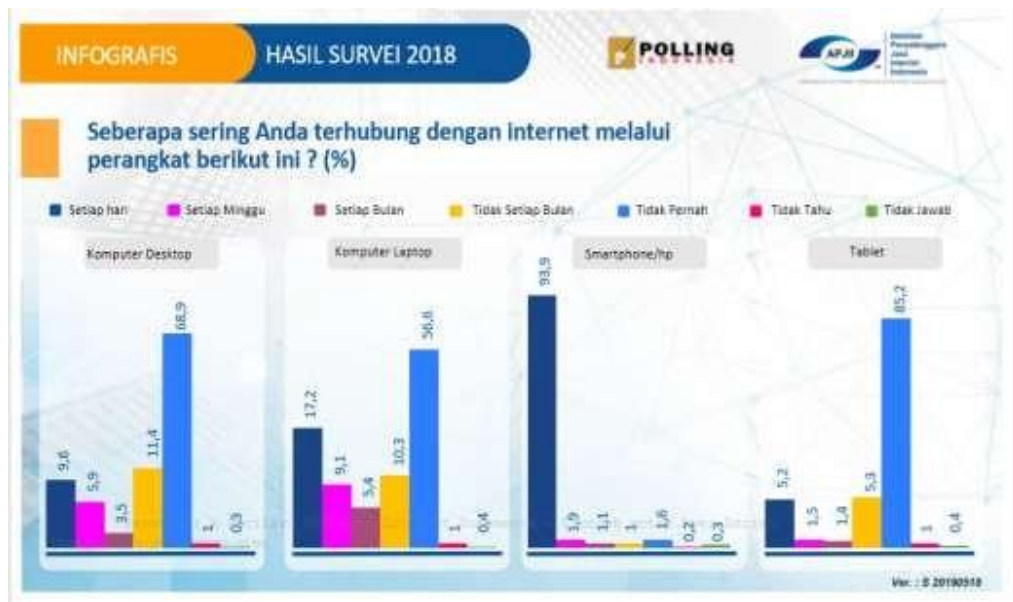


**Gambar 1. 4 Penetrasi Pengguna Internet berdasarkan Rural dan Urban Tahun 2018**

Sumber : [apjii.or.id](http://apjii.or.id) 2018

Selain itu berdasarkan survey yang telah dilakukan APJII, menunjukkan jika lebih banyak masyarakat yang menggunakan internet melalui media *smartphone*, dibandingkan dengan laptop, komputer, ataupun tablet. Data juga menunjukkan jika penetrasi internet yang diakses melalui *smartphone* hampir setiap hari dengan menunjukkan angka sebesar 93.9%. Dengan kemajuan teknologi yang ada, membuat *smartphone* dapat mengoperasikan berbagai hal yang ada di *laptop*, *tablet*, ataupun *personal computer* (PC) hal ini lah yang membuat masyarakat lebih memilih

menggunakan *smartphone* dikarenakan sifatnya yang lebih *flexible* dan juga multi-fungsi dapat dilihat pada gambar 1.5 dibawah



**Gambar 1. 5 Tingkat Frekuensi Pengguna Terhubung Dengan Internet Berdasarkan Media 2018**

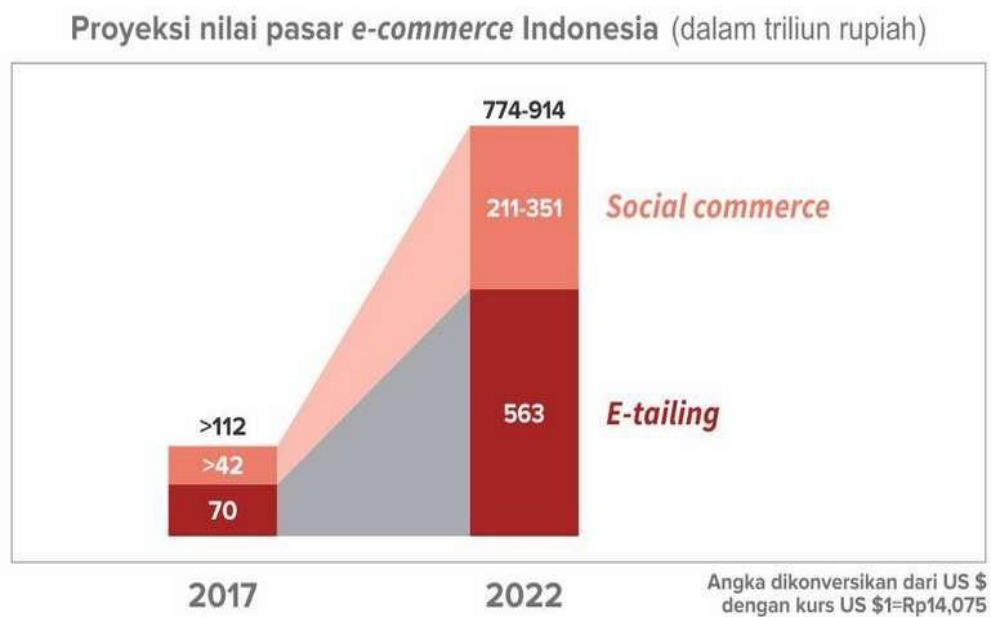
Sumber : apjii.or.id 2018

APJII juga menyatakan terkait dengan alasan penggunaan internet, melakukan transaksi secara *online* bukanlah merupakan pilihan utama masyarakat dalam menggunakan internet. Akan tetapi masyarakat yang melakukan transaksi secara *online* akan terus meningkat, hal ini di dikatakan oleh McKinsey & Company berdasarkan riset yang telah dilakukannya. Indonesia saat ini merupakan pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, dengan kontribusi sebesar 50% dari seluruh transaksi di wilayah ini. Seiring pertambahan penduduk dan semakin banyaknya pula yang menggunakan internet di Indonesia akan berdampak baik terhadap penetrasi pasar *e-commerce*. McKinsey dikutip dalam techinasia.com juga mengatakan jika pertumbuhan *e-commerce* di perkirakan dapat mencapai Rp. 910



triliun, tanpa mengikutsertakan perusahaan jasa seperti GO-JEK, Traveloka, dan *platform* B2B seperti IndoTrading terhadap riset yang dilakukannya. Hal ini menunjukkan tanpa adanya andil dari perusahaan jasa besar tersebut pun, pasar *e-commerce* di Indonesia akan semakin berkembang pula.

*E-commerce* yang ada akan terbagi menjadi dua bagian yaitu, *social commerce* dan *e-tailing* menurut McKinsey. *Social commerce* sendiri merupakan pemasaran barang melalui media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, dengan pembayaran melalui *platform* lain, sedangkan *e-tailing* sendiri merupakan jual-beli secara formal dengan *platform online* yang didesain untuk memfasilitasi transaksi tersebut, seperti Bukalapak dan Tokopedia.



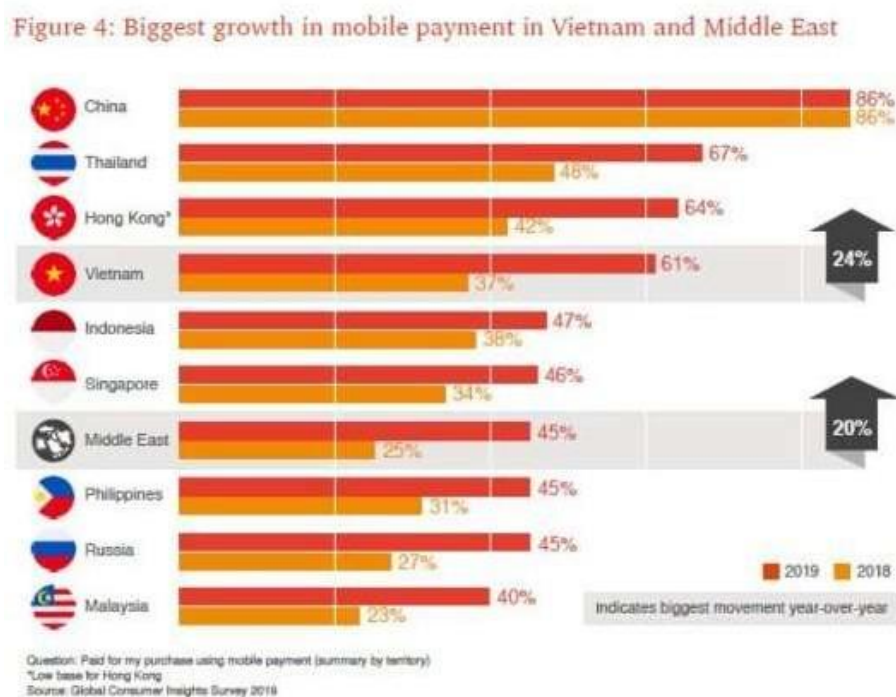
**Gambar 1. 6 Proyeksi Nilai Pasar E-commerce Indonesia 2019**

Sumber : id.techinasia.com 2019

Suatu survei yang dilakukan oleh PricewaterhouseCoopers (PwC) berkaitan dengan *Global Consumer Insight* (2019) menggambarkan bahwa *mobile payment*



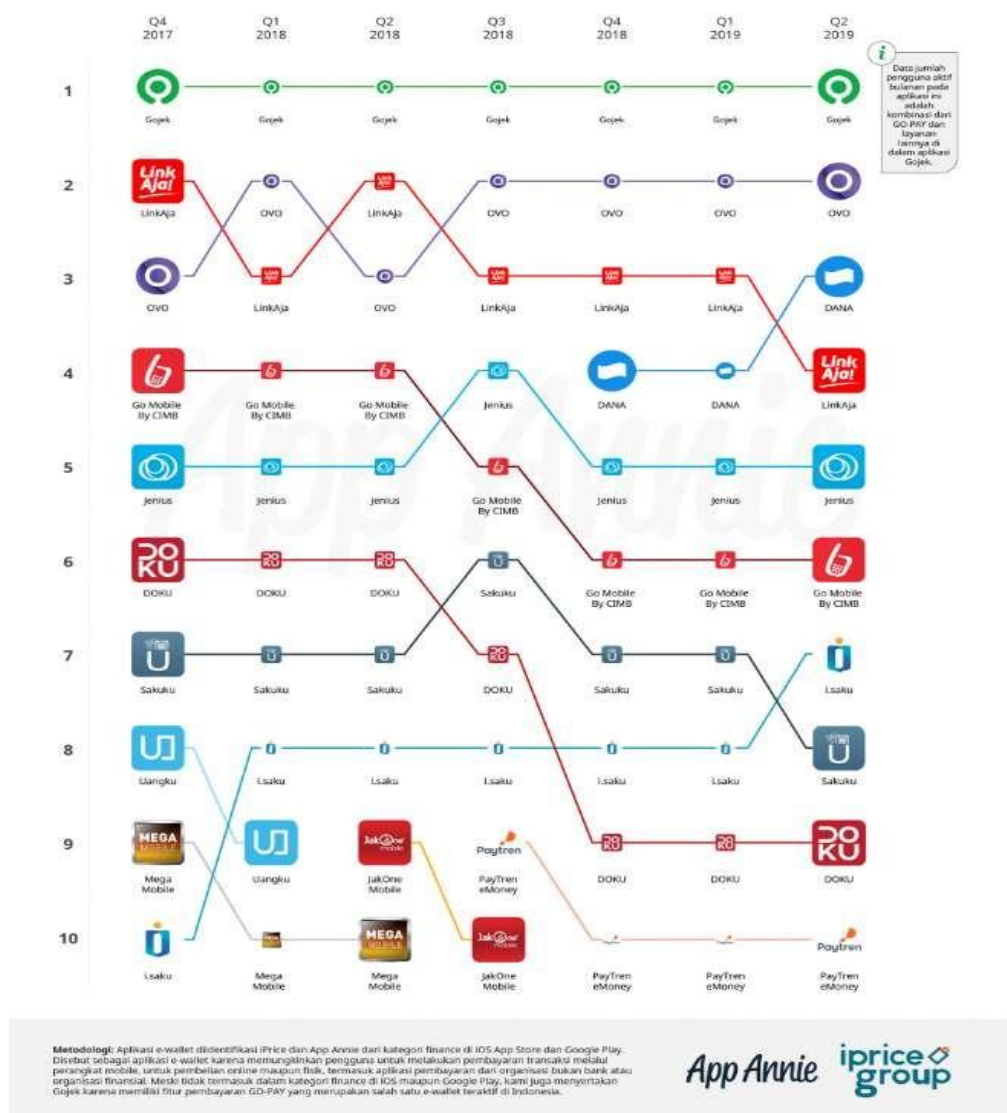
kini telah menjadi tren di Indonesia. PwC melakukan survei yang melibatkan 21.480 responden dari 26 negara termasuk negara-negara di kawasan Timur Tengah. Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia menjadi salah satu negara yang ikut masuk sebagai responden bersama dengan Thailand, Singapura, Filipina, Malaysia, dan Vietnam. Dari hasil survei yang dilakukan menunjukkan bahwa Indonesia berada di atas Singapura dengan 47% responden di Indonesia telah menggunakan *mobile payment* sebagai alat bertransaksi, hal tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2018 yang tercatat masih sekitar 38%, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.8 dibawah (Indonesia.go.id 2019)



**Gambar 1. 7 Tingkat Pertumbuhan Pengguna Mobile Payment di Asia Tenggara dan Midle East 2019**

Sumber : *Global Consumer Insight Survey 2019*

Selain itu berdasarkan data dari *IPrice Group* dan perusahaan analisis data terpercaya *App Annie* merangkum dan mengolah data terkait aplikasi *e-wallet* di Indonesia yang paling populer berdasarkan dari data jumlah *download* aplikasi, serta pengguna aktif bulanan. Data tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini untuk lebih jelasnya



**Gambar 1. 8 Daftar Aplikasi E-Wallet Paling Populer di Indonesia 2019**

Sumber : Iprice.co.id 2019

Dapat dilihat Go-Jek dari kuartal 4 tahun 2017 menduduki peringkat pertama hingga saat ini, dan disusul oleh OVO yang menempati peringkat kedua, serta DANA yang menempati posisi ketiga. Ketiga *e-wallet* tersebut lah yang merupakan *platform e-wallet* terbesar di Indonesia dan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Dibalik maraknya pengguna *mobile payment*, tidak sedikit pula pihak yang dirugikan khususnya para pengguna aktif. Hal tersebut dikarenakan semakin berkembangnya teknologi, semakin tinggi juga risiko yang dapat kita terima. Khususnya dari segi *privacy* dan juga *information security*. Hal tersebutlah yang menjadi suatu kecemasan berteknologi (*technology anxiety*) bagi masyarakat untuk mulai menggunakan *mobile payment* itu sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh JungKun Park, Jiseon Ahn, Toulany Thavisay, dan Tianbao Ren pada jurnalnya yang berjudul “*Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service*” mengatakan bahwa 86% pengguna internet di AS mengetahui layanan pembayaran dengan menggunakan *smartphone* akan tetapi hanya 12% saja yang menggunakan layanan tersebut. Hal ini dikarenakan adanya faktor-faktor terkait dengan kepercayaan, keamanan, dan risiko yang ada jika menggunakan *mobile payment*. Mereka juga mengatakan konsumen membuat keputusan yang sulit ketika menerima teknologi baru karena berbagai alasan, ketika membayar dengan perangkat *smartphone* hal tersebut dianggap berguna dan nyaman karena konsumen dapat melakukan pembayaran di tempat lain, akan tetapi hal tersebut menghasilkan risiko perlindungan identitas yang lebih tinggi.

Bank Indonesia menyatakan terdapat beberapa risiko dalam menggunakan *mobile payment* yaitu, *money laundering* (pencucian uang), *fraud* (penipuan pada pelanggan), *compliance* (tidak patuhnya penyedia jasa kepada aturan yang telah ditetapkan), kredit/likuiditas, reputasi (berdasarkan servis yang di berikan dapat membentuk opini publik), dan teknologi.

Berdasarkan yang telah di sebutkan oleh Bank Indonesia mengenai risiko menggunakan *mobile payment*, teknologi termasuk dalam salah satu risikonya. Dapat disimpulkan pada tabel di bawah berikut terkait risiko teknologi terhadap penggunaan *mobile payment*:

**Tabel 1. 1 Risiko Teknologi Dalam Mobile Payment 2013**

Risiko	Kerentanan (Vulnerabilities)	Risiko untuk Bisnis	Risiko untuk Nasabah
<b>PIN Lemah</b>	Pengguna menggunakan PIN yang Lemah	Rendah	Tinggi
<b>Kegagalan Proses</b>	PIN diset ulang oleh penipu	Medium	Tinggi
<b>Pencurian</b>	Pencurian handset	-	Rendah
<b>Spoofing</b>	SMS dan spoofing USSD untuk permintaan phishing PIN	Medium	Medium
<b>Credential reroute</b>	Pertukaran SIM (swap SIM)	Medium	Tinggi

<b>Perpindahan Dana</b>	Perpindahan dana diluar penerima manfaat	Rendah	Tinggi
<b>Kegagalan Channel</b>	USSD, IVR, atau jaringan SMS pada MFSP gagal	Tinggi	Rendah
<b>Panen Transaksi</b>	Pengamanan pada SMSC dan link pengamnan yang terbatas pada server wireless gateway	Rendah	Rendah
<b>Kompromi</b>	Kompromi skema kunci	Medium	Rendah
<b>Keamanan Hardware</b>	Enkripsi di SIM dan Modul	Rendah	Rendah
<b>Smart Phones</b>	Terinfeksi oleh malware	Medium	Tinggi

Sumber : Bank Indonesia 2013

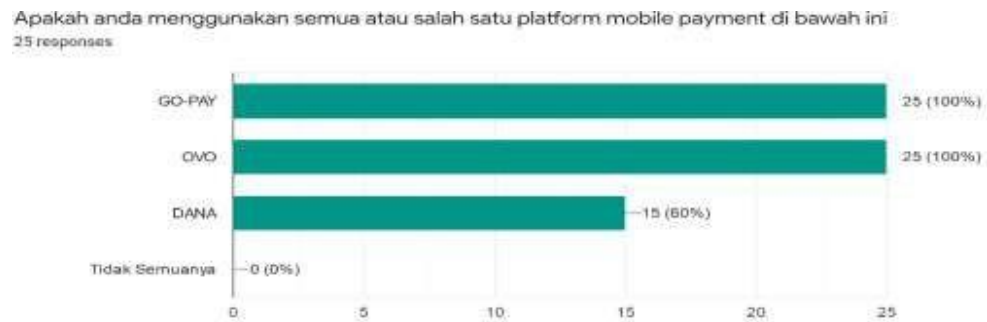
Dapat kita lihat terdapat beberapa risiko di bidang teknologi dalam penggunaan *mobile payment* itu sendiri, maka dari itu tidak sedikit masyarakat Indonesia yang belum percaya untuk mulai menggunakan *mobile payment*.

Hal ini dapat dilihat dari maraknya modus penipuan yang kerap terjadi dan memakan korban, baik dari modus *delivery* makanan, penipuan menggunakan kode OTP, serta kasus-kasus lainnya. Oleh karena peristiwa-peristiwa yang kerap terjadi, tidak sedikit masyarakat yang merasa cemas untuk menggunakan teknologi tersebut, sehingga mereka lebih nyaman menggunakan cara konvensional dalam melakukan transaksi. Presiden direktur PT Visa Worldwide Indonesia Riko

Abdurrahman, mengatakan perkembangan teknologi mendorong cara-cara pembayaran yang inovatif, akan tetapi hal tersebut juga membawa risiko tersendiri (kompas.com, 2019).

Survei yang dilakukan oleh PT Visa Worldwide, sebagian besar masyarakat masih memilih uang tunai sebagai metode pembayaran, 40% masyarakat Indonesia memilih menggunakan uang tunai, 39% memilih menggunakan kartu kredit atau debit, 18% menggunakan dompet digital, dan 3% memilih menggunakan metode nirkontak (kompas.com, 2019). Seperti salah satu masyarakat Indonesia yang beritanya dimuat dalam portal berita kompas, menjadi korban penipuan yang mengatasnamakan perusahaan Go-Jek, pelaku berhasil mendapatkan kurang lebih Rp.30 juta (Kompas.com 2019). Selain itu berdasarkan penyataan dari mantan karyawan Google, Tristan Harris yang merupakan seorang ahli etika desain, mengatakan aplikasi *smartphone* dapat menyebabkan gejala kecanduan, penarikan, dan kecemasan (Goodencenter.org).

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) membuat situs yang dapat digunakan untuk memeriksa suatu nomor rekening. Pembuatan situs tersebut didasari dari banyaknya konsumen yang tertipu oleh oknum-oknum tertentu. Berdasarkan data dari kominfo, selama situs tersebut di buat, sudah terdapat 16.678 laporan yang masuk. Dari seluruh laporan yang masuk 14.000 diantaranya merupakan laporan tindak kejahatan berupa penipuan transaksi *online*.



**Gambar 1. 9 Data Pengguna Platform Mobile Payment GO-PAY dan/atau OVO dan/atau DANA 2020**

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2020

Peneliti melakukan survei singkat terhadap 25 orang yang menggunakan semua atau salah satu *platform mobile payment* baik itu GO-PAY dan/atau OVO dan/atau DANA. Penulis memilih ketiga *platform mobile payment* tersebut sebagai objek penelitian, hal ini berdasarkan atas tingkat popularitas *mobile payment* yang ada di Indonesia dan penulis memilih tiga teratas yang menjadi favorit masyarakat Indonesia yaitu GO-PAY, OVO, dan DANA. Dapat dilihat pada gambar 1.10 diatas, bahwa responden menggunakan semua ataupun salah satu dari ketiga *platform mobile payment* tersebut.

Dari hasil survei singkat peneliti terhadap 25 orang yang menggunakan *platform mobile payment* GO-PAY, OVO, dan DANA di Indonesia, dapat dilihat pada gambar 1.11 di bawah, bahwa para responden memiliki tingkat kecemasan terhadap *privacy* dan *security* yang berbeda dalam penggunaan *mobile payment* dengan skala 1 sangat sangat tidak setuju, dan skala 7 sangat sangat setuju. Dapat dilihat bahwa 5(20%) responden merasakan sangat tidak setuju, dan 2(8%) responden merasakan tidak setuju. Dapat disimpulkan terdapat 28% responden



yang merasa tidak cemas dalam menggunakan *mobile payment*. Disisi lain terdapat 7(28%) responden yang merasakan setuju, dan 3(12%) responden yang merasakan sangat setuju. Dapat disimpulkan terdapat 40% responden yang merasakan suatu kecemasan dalam menggunakan *platform mobile payment* dan 8(32%) responden merasa ragu-ragu. Apabila dilihat dari gambar tersebut, terlihat bahwa lebih banyak responden yang merasakan kecemasan dalam menggunakan *mobile payment*, tetapi terdapat beberapa responden yang merasa sudah aman dan tidak perlu merasa cemas dalam menggunakan *mobile payment*.



**Gambar 1. 10 Tingkat Kecemasan Dalam Menggunakan Mobile Payment Dari Segi Privacy ataupun Security 2020**

Sumber : Diolah oleh penulis, 2020

Di sisi lain, literatur dari ilmu perilaku dan psikologi individu menunjukkan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) dan sifat-sifat pribadi berpotensi menjadi salah satu faktor penting dalam mengadopsi teknologi. Kebanyakan individu yang awalnya tidak menggunakan layanan *mobile payment*, dan mulai menggunakan layanan tersebut dikarenakan adanya dorongan baik itu dari kerabat, keluarga

ataupun lingkungan sosial nya. Tidak sedikit pula individu yang menjadikan layanan *mobile payment* suatu gaya hidup yang dilakukannya. Apalagi sedang berlangsungnya musibah pandemi covid 19 yang menimpa seluruh negara khususnya di Indonesia sendiri. Oleh karena itu terdapat beberapa regulasi dari pemerintah terkait himbauan untuk melakukan *social distancing* guna memutuskan rantai penyebaran covid 19 itu sendiri. Sehingga tidak sedikit pula masyarakat yang mulai menerapkan gaya hidup *cashless* dimana mereka cenderung lebih menggunakan *mobile payment* untuk melakukan transaksi. Oleh karena itu pengaruh sosial baik itu dari kerabat, regulasi, gaya hidup, kenyamanan, dan sebagainya serta faktor external yang tak terduga sangat mempengaruhi niatan orang untuk menggunakan *mobile payment*.

Dalam penelitian kali ini, peneliti akan meneliti peran dari *technology anxiety* dan *social influence* dalam *multi benefits of mobile payment service* terhadap *intention to use*. *Technology anxiety* sendiri merupakan kecemasan individu dalam mengadopsi dan menerima teknologi baru, bisa dikarenakan berbagai faktor seperti *privacy* dan *security* dalam penggunaan *mobile payment*. *Social influence* sendiri merupakan pengaruh sosial dari suatu individu terhadap individu lainnya, yang biasanya lebih bersifat ajakan untuk menggunakan *mobile payment* ajakan tersebut bisa dari teman, keluarga, dan sebagainya. *Multi benefits of mobile payment service* pada penelitian kali ini memiliki 6 dimensi yang mencerminkan beberapa manfaat layanan *mobile payment* yaitu, *economic*, *convenience*, *information security*, *enjoyment*, *experiential*, dan *social benefit*.

Seperti yang kita ketahui perkembangan pesat *mobile payment* dan gaya hidup yang mulai bergeser ke era *cashless* memacu masyarakat untuk beradaptasi dan menerima teknologi yang ada. *Mobile payment* sendiri dinilai dapat menjadi solusi untuk mendongkrak penjualan karena berbagai fitur yang di tawarkan. Namun seiring berkembangnya *mobile payment*, risiko yang ada dalam menggunakannya juga semakin besar dan beragam yang membuat kecemasan dalam berteknologi. Dalam skripsi kali ini akan melihat, apakah faktor *technology anxiety* dan *social influence* yang ada akan mempengaruhi niatan masyarakat Indonesia untuk tetap menggunakan *mobile payment* atau tidak.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di bahas diatas, penulis memaparkan beberapa rumusan masalah yang dijabarkan di bawah ini,

1. Apakah terdapat pengaruh positif *convenience benefit* terhadap *attitude mobile payment service adoption*?
2. Apakah terdapat pengaruh positif *economic benefit* terhadap *attitude towards mobile payment service adoption*?
3. Apakah terdapat pengaruh positif *information security benefit* terhadap *attitude towards mobile payment service adoption*?
4. Apakah terdapat pengaruh positif *enjoyment benefit* terhadap *attitude towards mobile payment service adoption*?
5. Apakah terdapat pengaruh positif *experiential benefit* terhadap *attitude towards mobile payment service adoption*?

6. Apakah terdapat pengaruh positif *social benefit* terhadap *attitude towards mobile payment service adoption*?
7. Apakah terdapat pengaruh positif *attitudes towards mobile payment services* terhadap *intention to use*?
8. Apakah *technology anxiety* berpengaruh negatif terhadap *convenience benefit*?
9. Apakah *technology anxiety* berpengaruh negatif terhadap *economic benefit*?
10. Apakah *technology anxiety* berpengaruh negatif terhadap *information security benefit*?
11. Apakah *technology anxiety* berpengaruh negatif terhadap *enjoyment benefit*?
12. Apakah *technology anxiety* berpengaruh negatif terhadap *experiential benefit*?
13. Apakah *technology anxiety* berpengaruh negatif terhadap *social benefit*?
14. Apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *convenience benefit*?
15. Apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *economic benefit*?
16. Apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *information security benefit*?
17. Apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *enjoyment benefit*?
18. Apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *experiential benefit*?

19. Apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *social benefit*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, penulis memiliki beberapa tujuan dalam melakukan penelitian ini, yaitu

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *convenience benefit* terhadap *attitude mobile payment service adoption*
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *economic benefit* terhadap *attitude mobile payment service adoption*
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *information security benefit* terhadap *attitude mobile payment service adoption*
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *enjoyment benefit* terhadap *attitude mobile payment service adoption*
5. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *experiential benefit* terhadap *attitude mobile payment service adoption*
6. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social benefit* terhadap *attitude mobile payment service adoption*
7. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *attitudes mobile payment service adoption* terhadap *intention to use*
8. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *technology anxiety* terhadap *convenience benefit*
9. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *technology anxiety* terhadap *economic benefit*

10. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *technology anxiety* terhadap *information security benefit*
11. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *technology anxiety* terhadap *enjoyment benefit*
12. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *technology anxiety* terhadap *experiential benefit*
13. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *technology anxiety* terhadap *social benefit*
14. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social influence* terhadap *convenience benefit*
15. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social influence* terhadap *economic benefit*
16. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social influence* terhadap *information security benefit*
17. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social influence* terhadap *enjoyment benefit*
18. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social influence* terhadap *experiential benefit*
19. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social influence* terhadap *social benefit*

#### **1.4 Batasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian yang dilakukan, hal ini bertujuan agar fokus pembahasan tidak keluar dari topik masalah yang telah ditetapkan. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Syarat responden yang valid dalam penelitian ini mencakup individu yang menggunakan semua ataupun salah satu *platform mobile payment* GO-PAY dan/atau OVO dan/atau DANA dan merupakan pengguna aktif
2. Ruang lingkup wilayah penelitian ini adalah wilayah Tangerang
3. Penyebaran kuisioner oleh penulis terhitung sejak tanggal 20 April – 20 Mei 2020

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif baik untuk perusahaan dan juga penulis ataupun untuk pihak lain yang membaca penelitian ilmiah ini.

##### **1.5.1 Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan**

Penulis berharap dengan dilakukannya penelitian ini, dapat memberikan manfaat berupa laporan, evaluasi, dan saran terhadap provider *platform mobile payment* GO-JEK, OVO, dan DANA. Melalui laporan, evaluasi dan saran tersebut juga diharapkan persepsi masyarakat terkait dengan penggunaan *mobile payment* dapat semakin baik dan juga dapat mengurangi rasa cemas dalam menggunakan *mobile payment*..



### **1.5.2 Manfaat Penelitian Bagi Universitas Multimedia Nusantara**

Penulis berharap penelitian yang dilakukan ini, dapat memberikan manfaat baik terhadap pihak kampus. Dimana dalam penelitian ini menyajikan informasi berupa saran dan juga laporan yang telah dilakukan oleh penulis. Melalui penelitian ini, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan bantuan akademik dan menjadi referensi bagi para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara angkatan baru ataupun mahasiswa tingkat lainnya.

### **1.5.3 Manfaat Penelitian Bagi Penulis**

Penelitian yang dilakukan ini juga dapat dirasakan manfaat dan dampak positifnya bagi penulis, seperti penulis dapat menambah ilmu pengetahuan dalam dunia praktis mengenai persepsi masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan juga kecemasan dalam berteknologi, khususnya dibidang *mobile payment*. Selain itu dampak secara tidak langsung bagi penulis yaitu dapat mengasah kemampuan penulis dalam membuat suatu penelitian ilmiah.

## **1.6 Sistematika Penulisan Laporan**

Penelitian yang dilakukan penulis ini di susun dalam bentuk *thesis*/skripsi yang terdiri dari 5 bab yang memiliki hubungan antar bab nya dari mulai bab pertama hingga bab terakhir. Berikut merupakan uraian dari tiap bab yang terdapat dalam penelitian ini:

## BAB I: PENDAHULUAN

Pada Bab I ini penulis membahas mengenai Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan yang terakhir Sistematika Penulisan Laporan

## BAB II: LANDASAN TEORI

Pada Bab II ini berisikan mengenai teori dan konsep berdasarkan sumber yang dapat dipercaya seperti misalnya buku dan jurnal yang telah di terbitkan. Teori yang di jelaskan merupakan teori yang digunakan dalam menunjang penelitian ini, antara lain teori mengenai manajemen, manajemen operasional, manajemen kualitas dan lain-lain. Di Bab II ini juga terdapat informasi mengenai penelitian terdahulu, model penelitian, dan hipotesis penelitian.

## BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab III ini penulis menjelaskan mengenai bagaimana penelitian ini akan dilakukan, adapun informasi yang penulis paparkan terkait objek penelitian, desain penelitian, teknik pengumpulan data, identifikasi variabel penelitian, tabel operasional variabel, prosedur pengambilan data, serta prosedur pengujian data dengan bantuan *software*.

## BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV ini akan menjelaskan mengenai proses dan hasil dari penelitian yang dilakukan penulis. Mulai dari profil responden, hasil penyebaran kuisisioner, hingga perhitungan dan pengolahan data oleh penulis. Kegiatan yang dilakukan penulis di bantu dengan *software* IBM SPSS dan IBM Amos

## BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini berisikan mengenai kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dan terdapat saran dari penulis yang diharapkan dapat bermanfaat bagi orang yang membaca penelitian ini maupun pihak yang terlibat dalam penelitian ini.